

Anteseden dan konsekuensi dari partisipasi dalam Komunitas Piaggio di Indonesia = Antecedents and consequences of customer participation in Piaggio Community

Tri Habitrinsa Padmanagara, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20331799&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian ini membahas mengenai faktor-faktor yang memiliki hubungan dan peranan positif dalam suatu komunitas Piaggio yang berada di daerah JABODETABEK. Dalam penelitian ini model ?anteseden dan konsekuensi dari partisipasi dalam komunitas? yang digambarkan oleh (Bagozzi, 2006), digunakan sebagai referensi utama oleh peneliti. Terdapat beberapa variabel yang akan dianalisis, misalnya; Brand Identification, Group Behavior, Perceived Behavioral Control, dan Brand related Behavior. Untuk mengolah data menggunakan metode analisis regresi berganda, digunakan perangkat lunak SPSS 11.5 for Windows. Hasil dari regresi menunjukkan bahwa terdapat beberapa variabel yang memiliki pengaruh positif terhadap variabel lain dalam komunitas Piaggio. Salah satu hasil yang cukup penting yaitu, ditunjukkan bahwa Brand Identification memiliki pengaruh positif yang sangat signifikan terhadap Brand Related Behavior dibandingkan pengaruh Group Behavior terhadap Brand Related Behavior. Penulis mengharapkan pihak manajerial Piaggio dapat meningkatkan social identity dan brand identification dari komunitas Piaggio di Indonesia dengan cara, menginisiasi dan mensponsori berbagai aktivitas gathering seperti yang disarankan oleh penulis.

.....This academic research discusses several factors that mightly have positive relation and impacts toward Piaggio communities in JABODETABEK region (Indonesia). In this research, ?Antecedents and purchase consequences of customer participation in small group brand communities? model which is described by (Bagozzi, 2006) is used as the main reference. There are several variables that are going to be analyzed, such as Brand Identification, Group Behavior, Perceived Behavioral Control, and Brand related Behavior. To process the data using multiple regression method, SPSS 11.5 software for windows is operated. The result shows that there are some variables that have positive impact to the other variables of Piaggio community. One important remark is that Brand Identification gives more impact positively to Brand Related Behavior when comparing with Group Behavior. It is expected that the managerial team of Piaggio in Indonesia can strengthen the social identity of Piaggio consumens and its brand identification through initiating and sponsoring several gathering activities as suggested by the writer.